

# 大众集团电动化转型迈出关键一步： 7亿美元增资小鹏汽车 奥迪牵手上汽开发新车型

■本报记者 龚梦泽

作为燃油车领域的传统霸主，大众汽车集团(大众集团)日前迈出电动化转型的关键一步。7月26日，大众集团宣布，旗下大众汽车品牌、奥迪品牌分别与小鹏汽车、上汽集团达成合作。

其中，大众汽车品牌与小鹏汽车达成技术框架协议，并向小鹏汽车增资约7亿美元(折合人民币49.92亿元)，以提高大众在中国的智能网联汽车研发能力；奥迪与其中国合资伙伴上汽集团签署战略合作备忘录，将联合开发奥迪品牌智能网联车型。

大众集团相关负责人对《证券日报》记者表示，通过大众汽车品牌与小鹏汽车、奥迪与上汽集团的合作，大众集团不断推进在华电动化战略的发展，目标是快速拓展全新客户群体及细分市场，以全面参与到中国电动汽车市场的蓬勃发展。

“大众集团和小鹏汽车高度互补的优势是双方长期战略合作的基础。我们将互相分享智能电动汽车的技术和世界领先的设计及工程能力，并互相学习。”小鹏汽车董事长兼首席执行官何小鹏表示。

## 大众集团增资7亿美元 收购小鹏汽车4.99%股权

尽管大众集团加速推进在华电动化战略已为行业所广泛知晓，但此番与国产新势力小鹏汽车的牵手，仍然出乎大多数人意料。

据悉，在大众汽车品牌与小鹏汽车合作初期阶段，双方计划向中国的中型车市场，共同开发2款大众汽车品牌的电动车型。这2款专属于中国市场的新车将补充基于MEB平台的产品组合，并计

划于2026年走向市场。

作为这一紧密、长期战略合作的一部分，大众集团将向小鹏汽车增资约7亿美元，以每ADS(美国存托股票)15美元的价格收购小鹏汽车约4.99%的股权。交易完成后，大众汽车集团将获得一个小鹏汽车董事会观察员席位，也将排在何小鹏、阿里巴巴之后，成为小鹏汽车第三大股东。

此外，大众集团方面还向《证券日报》记者透露，新近成立的大众汽车(中国)科技有限公司(VCTC)将成为小鹏汽车在开发领域的合作伙伴。

对于此次合作，大众汽车乘用车品牌中国首席执行官孟庆表示：“大众汽车品牌在中国市场长期推进电动化战略。同时我们也将重点放在与实力雄厚的本土合作伙伴开展联合开发项目上，以迅速扩大我们的产品组合。我们的目标是与小鹏汽车一起，为大众汽车品牌开拓新的客户群体。”

“自小鹏汽车成立以来，我们一直坚持全栈自主研发电动汽车平台以及车联网和自动驾驶软件。我很高兴能为双方的战略合作贡献我们的技术专长。”何小鹏表示，期待“大”和“小”的携手，将最好的技术、最好的产品、最好的品牌带到全球。

事实上，大众汽车与小鹏汽车的“牵手”，根本目的在于提升双方在华的产品竞争力和开发实力。

中国自动驾驶产业创新联盟调研员高超对记者表示，目前特斯拉和比亚迪在中国市场遥遥领先，原因在于两者更擅长生产符合中国消费者偏好的电动车，并拥有适应本地市场的技术和软件。今年上半年，在中国车市整体增长20%的背景下，大众汽车在华电动汽车销量大幅落后于主要竞争对手。

7月26日，大众集团宣布，旗下大众汽车品牌、奥迪品牌分别与小鹏汽车、上汽集团达成合作



“大众汽车选择与小鹏汽车合作，旨在加强其在中国市场的竞争力，这也与大众汽车推动其电动化和扩大新能源产品矩阵的战略相符合。同时，该合作也有利于小鹏汽车提升制造和技术实力，加强品牌背书，推动其市场地位的进一步提升。”高超说。

“大众汽车陆续投资了国轩电池、江淮汽车、小鹏汽车等，这证明国内汽车产业与国际资本的合作获得了更好的发展机会，以小鹏汽车为代表的中国汽车技术获得了国际市场的充分认可。”全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示。

## 奥迪与上汽集团 签署战略合作备忘录

除增资小鹏之外，大众集团还宣布旗下奥迪品牌与其中国合资

伙伴上汽集团签署战略合作备忘录，进一步深化现有合作。双方将通过共同开发、快速、高效地拓展高端市场智能网联电动车产品组合。作为规划的第一步，奥迪将通过推出全新的电动车型，进入此前在中国尚未覆盖的细分市场。

奥迪中国相关负责人在接受《证券日报》记者采访时表示，双方计划共同开发的电动车型将配备最先进的软硬件，在开发过程中贡献各自核心能力，为中国客户提供直观、互联的数字化体验。不过，“目前只是谅解备忘录意向阶段，还没有正式签署合作协议”。

该负责人还表示，以上合作意向均设想在未来联合开发用于下一代智能网联汽车(ICV)的全新本土化平台。伙伴关系旨在快速扩展集团产品谱系，并打造更多“在中国，为中国”的车型，满足拥有巨大潜力的客户群体及市场细

分的需求。

谈及大众集团在华电动化战略推进，大众汽车集团负责中国区市场智能网联电动车产品组合。作为规划的第一步，奥迪将通过推出全新的电动车型，进入此前在中国尚未覆盖的细分市场。

平安证券表示，大众集团增资入股小鹏汽车并与小鹏、上汽达成战略合作，是我国汽车工业史上具有里程碑意义的事件，中国汽车工业从过去的“以市场换技术”演变为“以技术换市场”，中国车企也将从过去的技术输入方转变为技术输出方，看好自主品牌车企在智能新能源汽车时代的崛起机遇。

# 探访折叠屏手机市场： 需求快速攀升 多款产品无现货

■本报记者 刘钊 见习记者 丁莹

“现在折叠屏手机很紧俏，我们店内是到多少卖多少，没有存货，订货则需要接受溢价。”近日，《证券日报》记者探访北京折叠屏手机市场，某品牌手机门店的销售人员说。

在全球智能手机市场需求疲软的大背景下，折叠屏手机成为“黑马”。根据市场调查机构集邦咨询预估，2023年折叠屏手机出货量有望达1980万台，同比增长55%。

## 缺货成为常态

记者实地走访发现，由于需求快速攀升，折叠屏手机一机难求的情况已经持续了一段时间，一些品牌门店仅有样机展示，如果想要购买需提前订购。更有销售人员告诉记者：“如果要订购热门机款，溢价或高达40%。”

折叠屏手机为何走俏？业内人士表示，一方面，折叠屏手机技

术趋向成熟，市场主流款提供40万次的折叠寿命，可使用几年；另一方面，电子消费市场期待创新的技术和产品，折叠屏手机走高端路线，具有新颖、时尚等特点，符合市场需求。

折叠屏手机成为手机厂商争夺的焦点，中国品牌如华为、OPPO、Vivo、小米、荣耀等均加入折叠屏手机市场，苹果也将入局。在折叠屏手机的关键一环——柔性屏领域，A股上市公司京东方A、TCL科技、深天马等早已进行布局，并且持续优化工艺。

记者在荣耀门店注意到，摆放在中心位置的是折叠旗舰机型荣耀Magic V2，多位消费者正在选购。销售人员首先告诉记者：“该机型的各种型号店内暂时缺货，都需要调货。该机至臻版最为抢手，短期内调不到货。”

正在挑选手机的顾客卢星告诉记者：“一直关注新款折叠屏手机，以前会担心折叠屏手机性能不成熟，但是最近身边的几位朋友换了折叠屏手机，都说好用。打开之后屏幕大，办公、娱乐都很适合，所

以打算买一个。”

在OPPO门店，工作人员向记者介绍，最近来问折叠屏手机的消费者非常多，门店没有现货，但是可以调货。

在华为门店，折叠机型Mate X3和Mate Xs 2被摆放在醒目位置，工作人员告诉记者：“目前门店Mate Xs 2机型有现货，Mate X3机型已经没有现货了。”

对于折叠屏手机销售火热的原因，一家手机体验店负责人向《证券日报》记者表示：“年轻消费群体对新产品的购买意愿强烈，同时不少商务人士也青睐折叠屏手机，其标识感强，可满足商务社交需求。”

## 资本竞相入局

数据显示，尽管全球智能手机销量有所下滑，但是折叠屏手机表现优异，销量明显增长。据市场调研机构Counterpoint Research公布的最新报告，2023年第一季度全球折叠屏手机出货量为250万台，同比增长64%；而作为对比，同期全球

智能手机出货量同比下降14.2%。报告中还提到，中国折叠屏手机出货量达到108万部，同比飙升117%。

资深产业经济观察家、智帆海岸机构首席顾问梁振鹏在接受《证券日报》记者采访时表示：“折叠屏手机作为新兴的、高端的产品，近几年销量增长很快。随着折叠屏手机技术进一步发展、供应链完善，未来几年高速增长有望延续，行业发展空间巨大。”

头部手机厂商纷纷紧盯折叠屏市场蛋糕，加大力度布局。在柔性屏产业链上，多家上市公司前瞻性布局，持续发力研发，不断升级工艺。

例如，面板龙头京东方A表示，目前公司已开发出多款可应用于智能手机、笔记本电脑的具备折叠、卷曲、多折等不同形态的柔性OLED产品。

面板头部厂商TCL科技表示，公司旗下TCL华星柔性OLED折叠和LTPO等差异化技术，柔性折叠屏手机出货量为250万台，同比增长64%；而作为对比，同期全球

产能按计划推进，技术迭代和新产品开发顺利，同时OLED业务在客户结构优化和产品结构优化方面也取得了显著进展，未来公司将进一步扩大OLED业务规模。

维信诺称，折叠屏产品已供货头部品牌客户。公司折叠方案已经积累了较多创新技术，弯折半径和弯折次数做到了行业的性能领先，在1.5mm弯折半径下已通过200万次弯折可靠性测试。

宜安科技的液态金属铰链结构件也已在多款折叠屏手机上实现应用，公司表示，已实现批量对客户供货。

接下来，或有更多品牌布局折叠屏手机。据集邦咨询预估，2023年折叠屏手机市场渗透率约为1.7%，随着成本与外形逐年优化，2027年有望达到5%。

集邦咨询科技分析师淑莹告诉记者，折叠屏手机渗透率上升速度较慢，主要是碍于高昂售价，随着更多材料厂商进入供应链竞争，折叠屏手机整机成本压力将减轻，价格将更具吸引力，以提升消费者接受度。

# 成本承压叠加供应偏紧 多家钛白粉企业发布涨价函

■本报记者 马宇薇

进入三季度，钛白粉行业再度迎来涨价潮。7月27日，金浦铝业公告称，鉴于近期钛白粉国际国内市场情况，结合公司实际，经公司价格委员会研究决定，自7月26日起，公司金红石型钛白粉销售价格上调600元/吨，对国际各类客户上调100美元/吨；对国际各类客户上调100美元/吨；对国际各类客户上调1000元/吨，对国际各类客户上调150美元/吨。

金浦铝业表示，公司将密切跟踪钛白粉国际国内市场的价格走势及供需情况变化，及时做好钛白粉产品的调价工作。本次产品价格的调整，对公司整体业绩提升将

产生积极的影响。

据悉，此次价格变动已是金浦钛业年内第四轮上调金红石型钛白粉和锐钛型钛白粉销售价格。叠加此前的三次提价，今年以来，金浦钛业已对金红石型钛白粉国内各类客户上调3300元/吨，对国际各类客户上调500美元/吨；对锐钛型钛白粉国内各类客户上调3700元/吨，对国际各类客户上调550美元/吨。

隆众资讯钛白粉分析师王瑞倩表示：“综合来看，近一周原料钛矿、硫酸价格上涨，在厂家成本压力下较大且供应偏紧下，龙头企业引领十余家企业发函涨价。不少下游客户出于底价考虑提前备货，新

签订单有所增加，部分厂家已封单，市场暂无低价货源可寻。”

事实上，除金浦钛业外，今年以来多家钛白粉企业持续上调价格。中核钛白7月26日公告称，自7月26日起，全面上调公司各型号钛白粉销售价格。其中，国内客户销售价格上调700元/吨，国际客户销售价格上调100美元/吨。这是中核钛白年内第四次提价，叠加此前三次涨价，中核钛白年内已对各型号钛白粉国内客户销售价格累计上调3700元/吨，对国际客户销售价格累计上调500美元/吨。

与此同时，龙佰集团、惠云钛业也在今年进行了三次提价。其

中，龙佰集团已对各型号钛白粉国内各类客户销售价格累计上调2700元/吨，对国际各类客户销售价格累计上调400美元/吨；惠云钛业已对各型号钛白粉国内各类客户销售价格累计上调2700元/吨，对国际各类客户销售价格累计上调400美元/吨。

从业绩表现来看，已披露2023半年度业绩预告的钛白粉行业上市公司业绩普遍低迷。例如，金浦钛业预计2023年上半年归属于上市公司股东的净利润亏损7548.32万元至8806.37万元。安纳达预计2023年上半年实现归属于上市公司股东的净利润为5112.80万元至7413.56万元，同比下降42%

至60%。中核钛白预计2023年上半年实现归属于上市公司股东的净利润为2.03亿元至2.45亿元，同比下降54.38%至62.2%。

目前来看，此次钛白粉企业普遍调价将有利于提振业绩。IPG中国区首席经济学家柏文喜对记者表示：“钛白粉广泛应用于涂料、塑料、造纸、印刷油墨、橡胶、化纤、陶瓷、化妆品等行业，其中涂料是钛白粉最大的下游使用领域，而涂料与房地产行业关联度较高。近期国家出台多项政策，着力从房地产存量市场中挖掘潜在消费需求，这也将有力拉动涂料等需求增长，成为钛白粉市场需求释放的重要推动力。”

# 尿素价格“淡季不淡” 企业开工率明显回升

■本报记者 李如星

当前国内尿素市场进入传统淡季，但尿素价格自6月中旬以来持续上扬，出现“淡季不淡”的情况。隆众资讯尿素行业分析师郭淑华对《证券日报》记者表示，截至7月27日，山东地区中小颗粒尿素主流出厂价格涨至2480元/吨至2550元/吨，均价较7月初上涨270元/吨，涨幅达12.03%。

受尿素价格上涨提振，尿素及复合肥生产企业积极开工。据隆众资讯统计，截至目前，国内尿素行业日产量为17.55万吨，开工率为82.84%，较去年同期回升18.41%；复合肥生产企业开工率为35.11%，较7月初提升7.92个百分点，同比提升13.48个百分点。

从农业需求方面来看，有业内人士表示，今年南方局部地区干旱，西南地区夏季肥用肥时间有所推迟，形成7月中上旬西南和华南地区用肥季节重合的情况，导致西南、华南地区需求集中，西南地区货源无法对华南市场需求进行补充，反而增加了对北方市场货源的采买，带动北方市场需求增加，形成局部带动整体的局面，这也是7月份以来尿素价格大幅上涨的主要驱动因素之一。

7月下旬，北方夏玉米追肥接近尾声，国内农业需求逐步减弱，但尿素价格依旧保持上涨态势。郭淑华分析称，究其原因，主要是受近日国际尿素价格上涨的带动。

国际尿素价格上涨，为国内尿素生产企业出口提供了良好的氛围。一家化肥行业上市公司相关负责人对《证券日报》记者表示：“公司生产尿素的装置目前已在满负荷生产状态。公司将积极统筹好国内、国际两个市场，在有效满足国家农业用肥需求的前提下，密切跟踪国际化肥市场，积极抓住市场机会，实现化肥生产效益的最大化。”

从尿素产业链下游来看，7月底复合肥生产企业的秋季肥生产预期将至，消耗尿素货源的能力随之提高，季节性驱动复合肥生产企业的开工率逐步提升。

瑞达期货分析师张昕表示，伴随秋季肥需求的临近，复合肥生产企业的生产积极性将大大提升。

隆众资讯复合肥分析师石旭旭也表示：“尿素等上游原料价格上涨，化肥经销商心态好转，入市积极性提升。为保障后期供应，部分企业开始提升生产负荷。不过，近两日尿素走势异常，导致复合肥高氮配比难以锁定成本，进而难以有效定价，因此，很多中小企业产能仍比较谨慎。”

7月份以来，大規模的复合肥企业陆续召开秋季订货会。例如，7月17日，中盐安徽红四方肥业股份有限公司2023年度北方市场秋季营销会在山西大同召开；7月26日，“金中韩岛磷复合肥2023年秋季超级订货会”在山东青岛举行。

7月25日，云天化表示：“近期，国内化肥市场价格表现出触底回升态势，磷酸二铵价格维持平稳，磷酸一铵受复合肥企业备货需求提升的刺激价格有所提升，尿素反弹幅度较大，国际市场化肥价格企稳反弹。”

# 城中村改造政策落地 相关上市公司业务空间打开

■本报记者 王镜茹 见习记者 刘晓一

近日召开的国务院常务会议审议通过了《关于在超大特大城市积极稳步推进城中村改造的指导意见》。会议指出，在超大特大城市积极稳步实施城中村改造是改善民生、扩大内需、推动城市高质量发展的一项重要举措。要充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，更好发挥政府作用，加大对城中村改造的政策支持，积极创新改造模式，鼓励和支持民间资本参与，努力发展各种新业态，实现可持续运营。

目前，多家上市公司如天健集团、浦东建设等均表示已参与了城中村改造，还有多家产业链公司正密切关注相关政策。部分公司表示，旧改等项目是公司原有业务，本次搭乘政策东风，有望迎来新一轮增长机会。

城市规划龙头新城控股相关人士向《证券日报》记者表示，公司已关注到城中村改造政策，未来有参与意向。“公司的主营业务是国土规划，如果参与改造可能会从这方面去寻找契机，此外在智慧城市方面也会积极寻找项目。后续有新进展，公司会及时公告。”

安防龙头安居宝董秘办相关人士在接受《证券日报》记者采访时表示：“公司主要聚焦社区安防，新建小区等可以用到公司产品。”

此前，安居宝曾在互动平台回复投资者称，房地产行业将进入存量、提质、智能化时期，公司楼宇对讲系统、智能家居系统、监控、出入口控制等产品除可用于新建住宅小区外，也能用于城中村改造。

此外，多家上市公司告诉记者，随着城中村改造相关工作的稳步推进，有望为公司原有业务提供增量机会。

“公司产品主要用于地基之类，若城中村改造涉及到管桩类产品，公司会积极参与招投标。城中村改造政策有利于推动公司业务的增长。”三和管桩相关负责人对《证券日报》记者表示。

58安居客研究院院长张波表示：“超大特大城市人口基数大，产业、生活等各类要素聚集度高，这类城市房地产市场基本进入存量时代。通过更新改造，可有效提高居住空间和供给质量。旧城改造包括内容较多，需要在土地功能置换、产业提升、历史文化保护等方面进行同步优化，通过综合性更新，实现旧城人居环境、城市功能、城市形象的整体提升。”